

## **A CONSTRUÇÃO PUBLICITÁRIA DA MULHER NAS CAMPANHAS DA DULOREN**

*Michelle Morais Domingos (UFT)*

[mmycherry@gmail.com](mailto:mmycherry@gmail.com)

*Jusceia Garbeline Veiga (UFT)*

A publicidade comercial trabalha com o universo do desejo e da individualidade, repleta de leveza e muito mais sedutora, não possui autoridade para ordenar o locutor então utiliza a manipulação disfarçada, para convencer e seduzir o interlocutor, não deixando transparecer suas verdadeiras intenções, ideias e sentimentos. Este breve estudo visa uma análise do discurso publicitário presente nas propagandas da Duloren, empresa que produz lingerie, voltada para o público feminino, que investe em divulgação intensiva de seus produtos. O que motivou esse estudo foi o diferencial de abordagem nas suas campanhas que explora o aspecto da imagem digitalizada, o pressuposto, a linguagem implícita, textos verbais e principalmente do não verbal, além das temáticas variadas como segundo plano. “A análise do discurso se dá por objetivo analisar a linguagem em ação, os efeitos produzidos por meio de seu uso, o sentido social construído (...) Assim, ela contribui para mostrar como se estrutura discursivamente o social, como o discurso é, ao mesmo tempo, portador de normas que sobredeterminam o indivíduo vivendo em coletividade e as possíveis estratégias que lhe permitem singularizar se”. (CHARAUDEAU, 1996). Este estudo visa uma análise sob as teorias de Charaudeau e Mangueneau, (2004) e Orlandi (1998). Acima de tudo, a publicidade é discurso, linguagem e, portanto manipula símbolos para fazer a mediação entre objetos e pessoas.